

## ANALISIS MARKET SHARE KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA DI SANGATTA

Rifai NL<sup>1</sup>, Theresia Militina<sup>2</sup>, dan Titin Ruliana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Indonesia.

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda 75234, Indonesia.

E-mail: rifainl@untag-smd.ac.id

### ABSTRAKSI

RIFAI NL, Analisis Market Share Kendaraan Bermotor Roda Dua di Sangatta (di bawah bimbingan Ibu Theresia Melitina dan Ibu Titin Ruliana).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui *market share* kendaraan bermotor roda dua dengan masing – masing merk.

Dasar Teori yang digunakan adalah Manajemen Pemasaran, Pangsa Pasar, segmentasi Pasar, Strategi bauran pemasaran, Strategi produk mix, Merek ( *Brand* ) dan Potensi pasar.

Populasi Sepuluh merek kendaraan bermotor roda dua ( data sekunder ) Sampel Yamaha memiliki pangsa pasar ( *market share* ) pada posisi pertama dalam urutan penjualan kendaraan bermotor roda dua yang ada di Sangatta.

Instrumen/ peralatan yang digunakan Analisis Market Share menurut Fredy Rangkuti.

Hasil penelitian Sepuluh merek kendaraan roda dua pada tahun 2013 yang dibandingkan memiliki pangsa pasar berbeda Yamaha sebesar 38,99 %, Honda sebesar 34,32%, Suzuki sebesar 21,35%, Kawasaki sebesar 2,63%, Beijing sebesar 0,72%, Jialing sebesar 0,47%, Hokaido sebesar 0,09%, KTM sebesar 0,12%, Kasea sebesar 1,03% dan Kymco sebesar 0,17%.

Pencapaian pangsa pasar kendaraan bermotor roda dua yang dominan adalah merek Yamaha pada tahun 2009 sebesar 36,93%, pada tahun 2010 sebesar 35,97%, tahun 2011 sebesar 36,51%, tahun 2012 sebesar 34,50% dan pada tahun 2013 sebesar 38,99% dari keseluruhannya jumlah kendaraan bermotor roda dua terjual meliputi merek Honda, Suzuki, Kawasaki, Beijing, Jialing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymco.

Kesimpulan bahwa *Market Share* kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha lebih besar dari *market share* kendaraan roda dua merek Honda, Suzuki, Kawasaki, Beijing, Jialing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymco, sehingga Hipotesis diterima.

### Kata Kunci : Market Share, Kendaraan Roda Dua

#### 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang demikian pesat di daerah perkotaan mendorong peningkatan pengguna sarana transportasi darat. Hal ini terjadi karena pertumbuhan penduduk yang menyebabkan terjadinya peningkatan aktivitas. Setiap orang akan berlomba (berkompetisi) untuk mendapatkan peluang, sehingga dibutuhkan penunjang di bidang komunikasi dan transportasi.

Seiring dengan diberlakukannya Undang-Undang Otonomi Daerah dan dalam rangka mempersiapkan diri menghadapi arus globalisasi pasca pemberlakuan AFTA (*Asean Free Trade Area*), maka daerah-

daerah di Kaltim yang semula terisolasi menjadi terbuka dan mudah dijangkau.

Sangatta sebagai ibukota Kabupaten Kutai Timur memiliki posisi yang sangat strategis memungkinkan arus lalu lintas darat dapat masuk dan keluar dari mana saja. Kondisi tersebut memacu terjadinya percepatan penduduk secara mencolok dalam lima tahun terakhir, diikuti dengan penambahan pengguna kendaraan bermotor.

Peningkatan pengguna kendaraan bermotor memberikan peluang bagi agen-agen kendaraan bermotor untuk berusaha menggaet pangsa pasar potensial, karena setiap jenis dan merek kendaraan bermotor memberikan nilai tersendiri bagi si pemakai.

Data statistik yang dikeluarkan oleh BPS Kota Sangatta tahun 2013 menunjukkan pertumbuhan penduduk sebesar 5,443% dari 579.933 jiwa ditahun 2012 menjadi 611.485 jiwa di tahun 2013. Pertumbuhan penduduk diikuti dengan penambahan pengguna kendaraan baru sebesar 9,01% (dibanding dengan kendaraan lama) dimana kendaraan baru sebesar 38,791 unit pada tahun 2012 dan 42.287 unit tahun 2013, dan kendaraan lama sebesar 10,95% dimana kendaraan lama tahun 2012 sebanyak 167.683 unit dan tahun 2013 sebanyak 189.139 unit.

Peningkatan pengguna kendaraan roda dua berimplikasi pada terbukanya peluang usaha, untuk kendaraan roda dua, peluang usaha yang timbul yaitu dengan munculnya kendaraan jenis baru, yang menggunakan system Elektrik/matic dimana system ini memberikan perbedaan yang signifikan kepada si pemakai.

Bagi kalangan muda yang mempunyai mobilitas tinggi cenderung menggunakan kendaraan bermotor roda dua dengan system Elektrik/matic, kendaraan ini dapat dipacu pada kecepatan tinggi dan tampilan model yang apik. Sedangkan bagi kalangan pekerja dan orang tua biasanya cenderung memilih system empat tak, karena kendaraan ini biasanya mudah untuk dioperasikan dan mempunyai nilai ekonomis dalam pengisian bahan bakar.

Kendaraan roda dua dengan system elektrik/matic sudah cukup familiar dikenal masyarakat, karena Kendaraan bermotor roda dua dengan system elektri / matic terkenal di Indonesia lewat berbagai media baik itu media elektronik maupun media cetak.

Berbagai jenis kendaraan bermotor roda dua yang keluar masuk ke Senggata merupakan pasar potensial bagi agen-agen kendaraan bermotor roda dua dengan merek baru masuk ke Senggata, terutama kendaraan bermotor roda dua dengan merek Cina yang terkenal murah. Kehadiran kendaraan bermotor roda dua dengan merek baru ini merupakan tantangan bagi agen-agen kendaraan bermotor roda dua dengan merek sebelumnya untuk mempertahankan konsumen dan berusaha meraih konsumen potensial lainnya. Karena kehadiran kendaraan bermotor roda dua dengan system Elektrik berbagai merek dengan harga

bersaing akan menggeser kendaraan bermotor roda dua system empat tak seperti merek Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki, Jialing, Beijing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymko.

Peningkatan pengguna kendaraan bermotor roda dua berimplikasi juga pada penyempitan jalan, jalan-jalan utama di Kota Senggata yang semula renggang kini menjadi sempit dan sering terjadi kemacetan.

Menghadapi persaingan tersebut, maka perlu kiranya dilakukan penelitian mengenai besarnya pangsa pasar (*market square*), yang telah dikuasai oleh kendaraan bermotor roda dua dengan system elektrik/matic yang ada di Senggata lima tahun terakhir (2009,Sampai dengan 2013) yaitu dengan membandingkan merek lain yang ada di pasaran.

Pemasaran barang merupakan hal yang sangat penting dalam usaha untuk memasuki daerah penjualan atau segmentasi pasar dan memenangkan persaingan bagi produk perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen sebagai objek utama dari kegiatan marketing, karena produk-produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pada akhirnya akan diterima dan dimanfaatkan oleh konsumen, dengan kata lain produk akan berhadapan langsung dengan konsumen sebagai pengguna terakhir dari barang tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2014 di Kabupaten Kutai Timur, Provinsi Kalimantan Timur.

### **2.2. Bahan dan Alat Penelitian**

Bahan dan Alat Penelitian yaitu : Data kendaraan bermotor roda dua seperti Yamaha, Honda, dan Suzuki. pada tahun 2009 - 2013, di Kantor Samsat Sanggata.

### **2.3. Rancangan Penelitian**

Menganalisis dan menguji kebenaran hipotesis yang telah dikemukakan maka penulis menggunakan Analysis Market Share terhadap kendaraan bermotor roda dua merk Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki, Beijing, jialing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymco tahun 2009 - 2013 yang ada di Kota Sanggatta

Fredy Rangkuti ( 2001 : 121 ) Dalam hal ini rumus yang digunakan adalah:

$$Si = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

Dimana :

Si = Pangsa. Pasar (*Market Share*)

Mi = Jumlah kendaraan bermotor merek tertentu yang terjual tahun ke-t (*Company is marketing effort*)

$\sum Mi$  = Jumlah keseluruhan kendaraan bermotor roda dua yang beredar di Senggata pada tahun ke-t (*total company is effort*)

t = Tahun Penjualan 2013

selanjutnya untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan dilakukan pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

Apabila *market share* kendaraan bermotor roda dua merk Yamaha paling besar, maka hipotesis diterima. Apabila *market share* kendaraan bermotor roda dua merk Yamaha tidak terbesar, maka hipotesis ditolak.

#### 1. Pengujian Hipotesis

Diterima / ditolaknya hipotesis merujuk pada hasil analisis *market share*.

Hipotesis Diterima bila Kendaraan Roda Dua Merk Yamaha menguasai pangsa pasar paling besar diantara merk Honda, Suzuki,

Kawasaki, Jialing, Beijing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymko.

Hipotesis Ditolak bila Kendaraan Roda Dua Merk Yamaha tidak menguasai pangsa pasar paling besar diantara merk Honda, Suzuki, Kawasaki, Jialing, Beijing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymko.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Basu Swastha DH. dan Ibnu Sukotjo W.(2002:82) Manajemen adalah : Ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinasikan serta mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler ( 2001 : 8 ) adalah sebagai berikut :

Pemasaran itu adalah proses sosial dan managerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Berdasarkan data yang diperoleh dan ditabulasikan pada bagian terdahulu, maka dilakukan perhitungan-perhitungan terhadap besarnya pangsa pasar dari masing-masing kendaraan bermotor roda dua pada tahun 2009, 2010, 2011, 2012, dan 2013.

Tabel 5.1:JUMLAH PENJUALAN KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA BERDASARKAN MEREK SELAMA TAHUN 2009, 2010, 2011, 2012, 2013.

No.	Jenis Kendaraan	Tahun				
		2009 (unit)	2010 (unit)	2011 (unit)	2012 (unit)	2013 (unit)
1	Yamaha	10.785	13.483	15.727	23.591	36.771
2	Honda	11.365	16.115	17.041	25.562	32.371
3	Suzuki	3.349	5.339	7.070	15.104	20.138
4	Kawasaki	1.320	1.980	2.158	2.374	2.485
5	Beijing	345	211	269	436	680
6	Jialing	325	135	211	342	533

7	Hokaido	56	24	34	55	86
8	KTM	241	96	45	73	114
9	Kasea	1354	85	455	737	974
10	Kymco	61	21	65	105	164
Jumlah		29.201	37.489	43.075	68.378	94.316

Sumber : Data Diolah, 2014

Dari data yang nampak pada tabel dilakukan perhitungan pangsa pasar dari masing-masing merek kendaraan bermotor roda dua setiap tahunnya, maka diperoleh:

$$S_i = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100 \%$$

$$\sum M_i$$

Jml. Kendaraan merek tertentu yang terjual pada tahun ke-t

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Jml. Kendaraan merek tertentu yang terjual pada tahun ke-t}}{\text{Jml Keseluruhan Kendaraan Roda Dua yang beredar di Kota Sangatta Pada Tahun ke-t}} \times 100\%$$

Jml Keseluruhan Kendaraan Roda Dua yang beredar di Kota Sangatta Pada Tahun ke-t

#### a. Tahun 2009

1. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Yamaha

= 11,47%.

$$\begin{aligned}
 S_{11} &= \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\% \\
 &= \frac{10.785}{29.201} \times 100\% \\
 &= 36,93\%.
 \end{aligned}$$

2. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Honda

$$\begin{aligned}
 S_{21} &= \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\% \\
 &= \frac{11.365}{29.201} \times 100\% \\
 &= 38,92\%.
 \end{aligned}$$

3. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Suzuki

$$\begin{aligned}
 S_{31} &= \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\% \\
 &= \frac{3.349}{29.201} \times 100\%
 \end{aligned}$$

4. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Kawasaki

$$\begin{aligned}
 S_{41} &= \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\% \\
 &= \frac{1.320}{29.201} \times 100\% \\
 &= 4,52\%.
 \end{aligned}$$

5. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Beijing

$$\begin{aligned}
 S_{51} &= \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\% \\
 &= \frac{345}{29.201} \times 100\% \\
 &= 1,18\%.
 \end{aligned}$$

6. Kendaraan Bermotor Roda Dua Merk Jialing

$$S_{61} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{325}{29.201} \times 100\%$$

$$= 1,11\%.$$

7. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Hokaido

$$S_{71} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{56}{29.201} \times 100\%$$

$$= 0,19\%.$$

8. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk KTM

$$S_{81} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{241}{29.201} \times 100\%$$

$$= 0,83\%.$$

9. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kasea

$$S_{91} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{1.354}{29.201} \times 100\%$$

$$= 4,64\%.$$

10. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kymco

$$S_{91} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{61}{29.201} \times 100\%$$

$$= 0,21 \%.$$

**b. Tahun 2010**

1. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Yamaha

$$S_{12} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{13.483}{37.489} \times 100\%$$

$$= 35,97\%.$$

2. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Honda

$$S_{22} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$\sum M_i$$

$$= \frac{16.115}{37.489} \times 100\%$$

$$= 42,99\%.$$

3. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Suzuki

$$S_{32} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{5.339}{37.489} \times 100\%$$

$$= 14,24\%.$$

4. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kawasaki

$$S_{42} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{1.980}{37.489} \times 100\%$$

$$= 5,28\%.$$

5. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Beijing

$$S_{52} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{211}{37.489} \times 100\%$$

$$= 0,56\%.$$

6. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Jialing

$$S_{62} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{135}{37.489} \times 100\%$$

$$= 0,36\%.$$

7. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Hokaido

$$S_{72} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{24}{37.489} \times 100\%$$

$$= 0,06\%.$$

8. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk KTM

$$S_{82} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{96}{37.489} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}
 &= 0,26\%. \\
 9. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Kasea} \\
 S_{92} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{85}{37.489} \times 100\% \\
 &= 0,23\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 10. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Kymco} \\
 S_{102} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{21}{37.489} \times 100\% \\
 &= 0,06\%.
 \end{aligned}$$

**c. Tahun 2011**

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Yamaha} \\
 S_{13} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{15.727}{43.075} \times 100\% \\
 &= 36,51\%. \\
 2. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Honda} \\
 S_{23} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{17.041}{43.075} \times 100\% \\
 &= 39,56\%. \\
 3. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Suzuki} \\
 S_{33} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{7.070}{43.075} \times 100\% \\
 &= 16,41\%. \\
 4. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Kawasaki} \\
 S_{43} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{2.158}{43.075} \times 100\% \\
 &= 5,01\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 5. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Beijing} \\
 S_{53} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{269}{43.075} \times 100\% \\
 &= 0,62\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 6. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Jialing} \\
 S_{63} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{211}{43.075} \times 100\% \\
 &= 0,49\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 7. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Hokaido} \\
 S_{73} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{34}{43.075} \times 100\% \\
 &= 0,08\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 8. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk KTM} \\
 S_{83} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{45}{43.075} \times 100\% \\
 &= 0,10\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 9. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Kasea} \\
 S_{93} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{455}{43.075} \times 100\% \\
 &= 1,06\%.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 10. \text{ Kendaraan Bermotor Roda Dua} \\
 &\text{Merk Kymco} \\
 S_{103} &= \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\% \\
 &= \frac{65}{43.075} \times 100\% \\
 &= 0,15\%.
 \end{aligned}$$

**d. Tahun 2012**

1. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Yamaha

$$S_{14} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{23.591}{68.378} \times 100\%$$

$$= 34,50\%.$$

2. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Honda

$$S_{24} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{25.562}{68.378} \times 100\%$$

$$= 37,38\%.$$

3. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Suzuki

$$S_{34} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{15.104}{68.378} \times 100\%$$

$$= 22,09\%.$$

4. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kawasaki

$$S_{44} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{2.374}{68.378} \times 100\%$$

$$= 3,47\%.$$

5. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Beijing

$$S_{54} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{436}{68.378} \times 100\%$$

$$= 0,64\%.$$

6. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Jialing

$$S_{64} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{342}{68.378} \times 100\%$$

$$= 0,50\%.$$

7. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Hokaido

$$S_{74} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{55}{68.378} \times 100\%$$

$$= 0,08\%.$$

8. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk KTM

$$S_{84} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{73}{68.378} \times 100\%$$

$$= 0,11\%.$$

9. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kasea

$$S_{94} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{737}{68.378} \times 100\%$$

$$= 1,08\%.$$

10. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kymco

$$S_{104} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{105}{68.378} \times 100\%$$

$$= 0,15\%.$$

**e. Tahun 2013**

1. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Yamaha

$$S_{15} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{36.771}{94.316} \times 100\%$$

$$= 38,99\%.$$

2. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Honda

$$S_{25} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$= \frac{32.371}{94.316} \times 100\%$$

$$= 34,32\%.$$

3. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Suzuki

$$S_{35} = \frac{Mi}{\sum Mi} \times 100\%$$

$$20.138$$

$$= \frac{\quad}{94.316} \times 100\%$$

$$= 21,35\%.$$

4. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kawasaki

$$S_{45} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{2.485}{94.316} \times 100\%$$

$$= 2,63\%.$$

5. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Beijing

$$S_{55} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{680}{94.316} \times 100\%$$

$$= 0,72\%.$$

6. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Jialing

$$S_{65} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{533}{94.316} \times 100\%$$

$$= 0,57\%.$$

7. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Hokaido

$$S_{75} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{\quad}{94.316} \times 100\%$$

$$= 0,09\%.$$

8. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk KTM

$$S_{85} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{114}{94.316} \times 100\%$$

$$= 0,12\%.$$

9. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kasea

$$S_{95} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{974}{94.316} \times 100\%$$

$$= 1,03\%.$$

10. Kendaraan Bermotor Roda Dua  
Merk Kymco

$$S_{105} = \frac{M_i}{\sum M_i} \times 100\%$$

$$= \frac{164}{94.316} \times 100\%$$

$$= 0,17\%.$$

Secara singkat hasil perhitungan di atas dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel 5.3 : PANGSA PASAR KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA BERDASARKAN MEREK PADA TAHUN 2009, 2010, 2011, 2012, DAN 2013

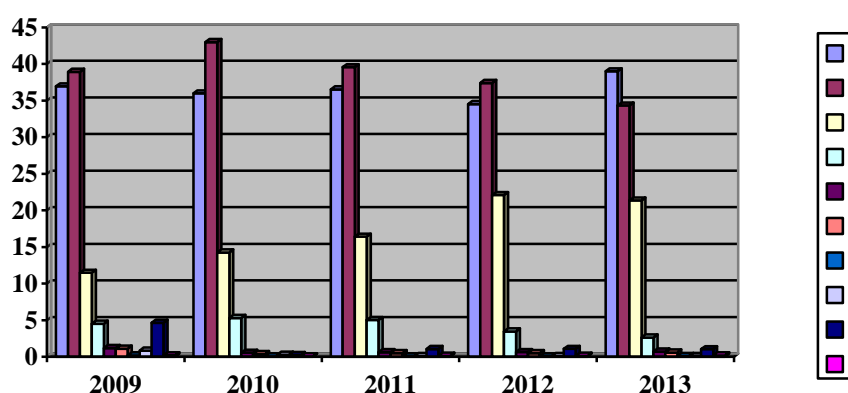
No.	Merek Kendaraan	Tahun				
		2009 ( % )	2010 ( % )	2011 ( % )	2012 ( % )	2013 ( % )
1	<b>Yamaha</b>	<b>36.93</b>	<b>35.97</b>	<b>36.51</b>	<b>34.50</b>	<b>38.99</b>
2	Honda	38.92	42.99	39.56	37.38	34.32
3	Suzuki	11.47	14.24	16.41	22.09	21.35
4	Kawasaki	4.52	5.28	5.01	3.47	2.63
5	Beijing	1.18	0.56	0.62	0.64	0.72
6	Jialing	1.11	0.36	0.49	0.50	0.57
7	Hokaido	0.19	0.06	0.08	0.08	0.09
8	KTM	0.83	0.26	0.10	0.11	0.12
9	Kasea	4.64	0.23	1.06	1.08	1.03
10	Kymco	0.21	0.06	0.15	0.15	0.17



Jumlah	100%	100%	100%	100%	100%
--------	------	------	------	------	------

Sumber : Hasil Perhitungan, 2014

Gambar 5.1 : GRAFIK PRESENTASE PENJUALAN KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA BERBAGAI MEREK TAHUN 2009 – TAHUN 2013.



Berdasarkan hasil analisis di atas maka diketahui bahwa kendaraan roda dua merek Yamaha mengalami kenaikan penjualan yang sangat dratis pada tahun 2009 mampu meraih pangsa pasar sebesar 36,93%, pada tahun 2010 meningkat menjadi 35,97%, pada tahun 2011 meningkat lagi sebesar 36,51%, pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 34,50% dan tahun 2013 naik sebesar 38,99%. Pada tabel dan grafik di atas juga nampak bahwa peringkat pasar kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha berada pada tahun 2009 - 2012 berada pada posisi kedua di bawah kendaraan bermotor roda dua merek Honda meskipun pada prosentase pangsa pasar Yamaha terus mengalami kenaikan selama lima tahun berturut-

turut, hal ini dapat terlihat pada tabel penjualan kendaraan bermotor roda dua dan pada grafiknya, meskipun perusahaan Yamaha sendiri mempunyai target penjualan 33% per tahun untuk Kota Sangatta .

Baru pada tahun 2013 peningkatan pangsa pasar kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha cukup pesat sehingga mampu berada pada posisi pertama di dalam pencapaian pangsa pasar sebesar 38.99% melampaui pangsa pasar kendaraan roda merek Honda, hal ini disebabkan karena perusahaan Yamaha mengeluarkan beberapa type baru yang mengkhususkan untuk pengguna remaja yang dinamis dan sporty. Keberhasilan produsen Yamaha untuk melirik pasar potensial yang belum

terpenuhi, dengan mengeluarkan produk-produk baru keluaran Yamaha yaitu Yamaha Mio dan berakibat terjadinya peningkatan penjualan kendaraan bermotor roda dua. hal ini menjelaskan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Persaingan harga dari produsen kendaraan bermotor roda dua tidak membuat para konsumen potensial untuk berpaling pada kendaraan bermotor roda dua merek lainnya. Tingginya harga kendaraan bermotor roda dua saat ini disebabkan karena harga bahan yang digunakan untuk memproduksi kendaraan bermotor roda dua mengalami kenaikan. Tetapi penjualan kendaraan bermotor roda dua di Kota Sangatta tidak berkurang. Hal ini terbukti dari frekuensi penjualan kendaraan bermotor yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir ini.

Selain itu segmen pasar kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha terbanyak adalah jenis roda dua yang memiliki tenaga mesin paling besar seperti jenis kendaraan Jupiter Z, Jupiter MX, dan Vega R, dimana pengguna kendaraan roda dua merek Yamaha dengan jenis kendaraan tersebut biasanya kaula muda dan mudi, segmen pasar yang lainnya biasanya didominasi oleh orang dewasa, Ibu Rumah Tangga

dan remaja putri yang kebanyakan memilih kendaraan yang mudah untuk dioperasikan.

Untuk dapat meraih pangsa pasar yang lebih luas, maka produsen kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha sejak tahun 1987 telah membuka distributor-distributor kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha di Kota Sangatta . Selain itu pihak perusahaan produsen kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha juga mengeluarkan kendaraan-kendaraan bermotor roda dua jenis baru untuk memenuhi kebutuhan kendaraan bermotor roda dua, ditargetkan pada tahun 2019 perusahaan telah mampu menguasai pangsa pasar hingga 47%. Pencanangan target tersebut dengan pertimbangan pertumbuhan jumlah penduduk dan pengguna kendaraan bermotor roda dua di Kota Sangatta yang terus meningkat. Disamping terjadinya pertumbuhan aktivitas dan terbukanya daerah-daerah di sekitar Kota Sangatta yang dulu terisolasi. Dan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan kendaraan bermotor roda dua, perusahaan produsen kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha telah mempersiapkan type-type kendaraan bermotor roda dua yang dibutuhkan.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa terhadap data yang diperoleh selama penelitian, maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

*Market Share* kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha lebih besar dari *market share* kendaraan roda dua merek Honda, Suzuki, Kawasaki, Beijing,

Jialing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymco, sehingga Hipotesis diterima.

Pencapaian pangsa pasar kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha pada tahun 2009 sebesar 36,93%, pada tahun 2010 sebesar 35,97%, tahun 2011 sebesar 36,51%, tahun 2012 sebesar 34,50% dan pada tahun 2013 sebesar 38,99% dari keseluruhannya jumlah kendaraan bermotor roda dua terjual meliputi merek Honda, Suzuki, Kawasaki, Beijing,

Jialing, Hokaido, KTM, Kasea dan Kymco

## DAFTAR PUSTAKA

Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo W,  
*Pengantar Bisnis Modern*,  
Edisi Ketiga, Liberty,  
Yogyakarta, 2001.

Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta, 2003.

Fredy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, Cetakan Keempat, Sun Printing, Jakarta, 2001.

Geoff Lan Caster and Lester Massingham,  
*Essential of Marketing*,  
Second Edition, Mc Graww-Hill International, 2000

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*,  
Edisi Pertama, Cetakan Pertama, BPFE-Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2001.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan, Edisi Kedelapan, Jilid I, Erlangga, 2001.

\_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran* ,  
Edisi Bahasa Indonesia, Jilid II, 2000.

\_\_\_\_\_, *Marketing Management*, The Millenium Edition, 2000.